



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА
МИНИСТЪР

ЗА П О В Е Д

№ РД 09 - 950/01.06.2009 г.

На основание чл. 36, ал. 2 от Закона за професионалното образование и обучение, във връзка с чл. 42, ал. 1 и ал. 2 от Наредба № 3 от 15.04.2003 г. за системата на оценяване, при спазване изискванията на чл. 66, ал. 1 и ал. 2 от Административнопроцесуалния кодекс и във връзка с организирането и провеждането на държавните изпити за придобиване степен на професионална квалификация за професията

У Т В Ъ Р Ж Д А В А М

Национална изпитна програма за провеждане на държавни изпити за придобиване на трета степен на професионална квалификация за професия **342010 Маркетолог**, специалност **3420101 Маркетинг** от професионално направление код **342 Маркетинг и реклама** от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение.

Контрол по изпълнението на заповедта възлагам на Кирчо Атанасов – заместник-министър.

ДАНИЕЛ ВЪЛЧЕВ
ЗАМЕСТИК МИНИСТЪР-ПРЕДСЕДАТЕЛ И
МИНИСТЪР НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

НАЦИОНАЛНА ИЗПИТНА ПРОГРАМА

**ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ДЪРЖАВНИ ИЗПИТИ ЗА ПРИДОБИВАНЕ
НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ**

	Код по СПОО	Наименование
Професионално направление	342	МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА
Професия	342010	МАРКЕТОЛОГ
Специалност	3420101	МАРКЕТИНГ

Утвърдена със Заповед № РД 09 - 950/01.06.2009 г.

София, 2009 година

I. ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ И ЦЕЛ НА ИЗПИТНАТА ПРОГРАМА

Националната изпитна програма е предназначена за организиране и провеждане на държавните изпити по теория и по практика на професията и специалността за придобиване на **трета** степен на професионална квалификация по професията **342010 Маркетолог**, специалност **3420101 Маркетинг**, от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение.

Целта на настоящата национална изпитна програма е да определи единни критерии за оценка на професионалните компетентности на обучаваните, изискващи се за придобиване на **трета** степен на професионална квалификация по изучаваната професия и специалност.

Националната изпитна програма е разработена във връзка с чл. 36 от Закона за професионалното образование и обучение (ЗПОО). До утвърждаване на ДООИ по професията **Маркетолог** настоящата национална изпитна програма следва да се прилага само за системата на народната просвета.

Държавните изпити по теория и по практика на професията и специалността се провеждат в съответствие с изискванията на ЗПОО и Наредба № 3 от 15.04.2003 г. за системата на оценяване.

II. СЪДЪРЖАНИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ИЗПИТНА ПРОГРАМА

Настоящата национална изпитна програма съдържа:

- 1. За държавния изпит по теория на професията и специалността:**
 - а. Изпитните теми с план-тезиса на учебното съдържание..
 - б. Критерии за оценяване.

- 2. За държавния изпит по практика на професията и специалността:**
 - а. Указания за съдържанието на индивидуалните практически задания.
 - б. Критерии за оценяване.

- 3. Система за оценяване.**

- 4. Препоръчителна литература.**

- 5. Приложения:**
 - а. Примерен изпитен билет за държавния изпит по теория на професията и специалността.
 - б. Примерно индивидуално практическо задание.

III. ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ТЕОРИЯ НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА

1. Изпитни теми с план-тезис на учебното съдържание

ТЕМА 1. Оперативен мениджмънт.

План тезис: Характеристика на оперативния мениджмънт. Етапи на оперативния мениджмънт. Фирмена бизнес среда. Класификация на факторите на фирмената бизнес среда. Анализ на състоянието на фирмата. Анализ на външната среда. Значение на факторите на бизнес средата.

Приложна задача: Да се представят схематично етапите на оперативния мениджмънт, като подробно се обяснят връзките между тях.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира, назовава, формулира характеристиката и етапите на оперативния мениджмънт.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява фирмената бизнес среда. Класифицира факторите на фирмената бизнес среда.	15
Анализира състоянието на фирма и външната среда и дава предложения за тяхното оптимизиране.	20
Прилага изучения материал за решаване на приложната задача.	10
Общ брой точки	60

ТЕМА 2. Управление на предприятието.

План тезис: Планиране – стратегическо и оперативно. Цели и техники за разработване на алтернативно решение. Организиране. Организационна структура. Организация на работата. Неформална организация. Контрол. Характеристика и принципи на контрола. Техники на контрола. Контролинг. Характеристика на контролинга. Задачи на контролинга.

Приложна задача: Да се направи примерна организационна структура на произволна фирма.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и характеризира отделните етапи на управление на фирмата. Организационна структура и вземане на решение.	20
Разбира и описва характеристиките и принципите на контрола.	20
Разбира, описва и характеризира контролинга, съпоставен с контрола.	10
Прилага знанията по темата за решаване на конкретна задача.	10
Общ брой точки	60

ТЕМА 3. Същност на маркетинга.

План тезис: Възникване и роля на маркетинга. Същност и съдържание. Маркетинг-микс. Същност и елементи. Видове маркетинг. Признаци за класификация. Маркетинг в търговията. Маркетингови концепции.

Приложна задача: Да се определи коя е най-подходящата маркетингова концепция и каква ще е комбинацията от различните елементи на маркетинг-микса за организация, която в момента навлиза на пазара?

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира, назовава, формулира същността, съдържанието и ролята на маркетинга, видовете маркетинг, основните понятия и методи в маркетинга. Роля на маркетинга в основните видове организации.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява елементите на маркетинг-микса.	15
Съставя концепция за определена маркетингова дейност в организация; прилага основните маркетингови техники при разрешаване на рутинно възникващи проблеми.	15
Решава приложната задача.	10
Общ брой точки	60

ТЕМА 4. Маркетингова стратегия и програма на фирмите.

План тезис: Маркетингова стратегия. Същност. Етапи. Основни маркетингови стратегии. Маркетингова макросреда. Маркетингова микросреда. Сегментиране на пазара. Маркетингов план.

Приложна задача: Да се направи план за маркетингова стратегия за фирма, която в момента навлиза на пазара.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира, назовава, формулира същността, етапите и основните маркетингови стратегии.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява елементите на основните фактори, формиращи маркетинговата микро- и макросреда.	15
Доказва, изяснява същността и значението на сегментирането на пазара.	10
Анализира и прилага изучения материал при разработване на конкретна задача.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 5. Маркетингови проучвания.

План тезис: Същност, роля, обхват и планиране на маркетинговите проучвания. Проучване на пазара. Проучване на потребителите. Етапи на проучването - модел DECIDE и модел SELECT. Източници на информация и видове данни. Принципи на набирането на информация. Видове проучвания. Според целта на проучването: пазарно; конюнктурно; маркетингово. Според източниците на информация: от място; на място; съчетано. Според обекта и обхвата на проучването. Методология и организация на маркетинговите проучвания. Методи за набиране на информация. Метод на наблюдението. Анкета. Видове анкетни проучвания. Техники за съставяне на анкетни въпросници. Съставяне на плана на извадката. Метод на експеримента. Пробни продажби. Тестване. Панелен метод. Хол-тест. Клинично проучване.

Приложна задача: Да се състави анкетен въпросник за нуждата от доставка по домовете на храна.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира, назовава, формулира същността, ролята, обхвата и етапите на маркетинговите проучвания. Дефинира и използва различните видове източници на информация.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява различните модели на проучвания.	10
Прилага на практика изучения материал, като съставя анкетен въпросник за определен вид услуга.	15
Анализира, избира, проектира, планира разработването на примерен въпросник за приложната задача.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 6. Продуктова и иновационна политика.

План тезис: Същност, цели и задачи на продуктовата политика. Продукт – същност и нива на продукта. Видове продукти и тяхната класификация. Продуктова йерархия. Конкурентоспособност на продуктите. Маркетингова концепция за жизнения цикъл на продукта. Основни продуктови стратегии. Иновация на продуктивния асортимент – видове. Основни етапи на иновационния процес. Търговска марка. Опаковка – елемент на продуктовата политика.

Приложна задача: Степенувайте факторите, влияещи върху конкурентоспособността на продуктите. Опишете влиянието на търговската марка върху продажбите.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира същността, целите и задачите на продуктовата политика, основните понятия в продуктовата и иновационната политика на организацията.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява видовете продукти, тяхната класификация, продуктовата йерархия.	10
Доказва на базата на изучения материал асоциативно мислене, като разкрива ролята и значението на конкурентоспособността на продуктите и търговската марка за увеличаване на продажбите.	20
Решава приложната задача.	10
Общ брой точки	60

ТЕМА 7. Политика на цените.

План тезис: Същност, цели и задачи. Основни предпоставки и етапи за разработване. Маркетингови методи за ценообразуване. Основни ценови стратегии.

Приложна задача: Да се направи сравнителен анализ между основните ценови стратегии – предимства и недостатъци. Коя е най-подходящата стратегия за фирма, която в съвременни условия навлиза на пазара?

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира същността, целите и задачите на ценовата политика.	20
Познава основните предпоставки и етапи при разработването на ценова политика.	10
Разбира, сравнява, описва, обяснява основните предпоставки и етапи за разработване на ценова политика, маркетинговите методи за ценообразуване и основните ценови стратегии.	20
Решава приложната задача.	10
Общ брой точки	60

ТЕМА 8. Политика на дистрибуция.

План тезис: Дистрибуция – същност и цели. Канали за дистрибуция. Вертикални маркетингови стратегии. Фактори за избор на канал на дистрибуция. Маркетингова логистика.

Приложна задача: Да се представи схематично процесът на дистрибуция на търговец на дребно. Да се даде пример за вертикална маркетингова стратегия.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира същността и целите на дистрибуционната политика. Познава в детайли каналите за дистрибуция.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява каналите за дистрибуция, вертикалните маркетингови стратегии и факторите за избор на канал на дистрибуция.	15
Анализира спецификата на маркетинговата логистика.	15
Решава приложната задача.	10
Общ брой точки	60

ТЕМА 9. Сервизна политика.

План тезис: Същност, цели и задачи. Стратегически предпоставки за разработване. Показатели и критерии за предпродажбено, продажбено и следпродажбено обслужване. Техника за информационно осигуряване, приемане на поръчките по телефона, факса, интернет и др. Изпълнение на поръчките. Осъществяване на поръчка по интернет. Допълнителни технически услуги - резервни части, гаранционно поддържане монтаж.

Приложна задача: Да се направи проучване (по избор) за значението на следпродажбеното обслужване и ролята му за вземане на решение за покупка от потребителя.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира, назовава, формулира същността, целите и задачите на сервизната политика	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява показателите и критериите за предпродажбено, продажбено и следпродажбено обслужване.	20
Прилага знанията си в решаване на приложната задача.	10
Анализира техниките за осъществяване на поръчките.	15
Общ брой точ	60

ТЕМА 10. Рекламна политика.

План тезис: Същност, функции и цели на рекламата. Рекламна политика. Рекламни канали и средства за рекламно въздействие. Ефективност на рекламата. Същност на рекламата като основен елемент на маркетинговата система. Функции на рекламата: информационна; стимулираща; въздействаща; напомняща; социална; икономическа. Предмет на рекламата. Рекламни цели. Рекламни проучвания и планиране на рекламата. Проучването на пазара от гледна точка на рекламата. Проучване на потребителите. Планиране на рекламните комуникации. Разработване на рекламния бюджет.

Приложна задача: Да се състави план с кои от рекламните комуникации на произволен продукт ще се въздейства на потребителите.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира същността, функциите и целите на рекламната, рекламната политика, рекламните канали.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява средствата за рекламно въздействие.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложната задача.	10
Анализира функциите на рекламната и разработването на рекламен бюджет.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 11. Организиране и осъществяване на рекламна кампания.

План тезис: Рекламни акции. Рекламна кампания. Етапи на рекламната кампания: определяне на целите; установяване на отговорностите; съставяне на рекламен бюджет; разработване на рекламните теми; избор на рекламните средства; създаване на рекламни обяви; избор на времето за реклама; анализ на съвместните условия; определяне на успеха/неуспеха. Основни канали и средства за реклама. Канал за разпространение на рекламната. Рекламни средства: печатни средства за разпространение на рекламната; реклама чрез електронно-разпръсквателни средства; външна и транспортна реклама; реклама на мястото на продажбата; изложби и панаири; рекламни филми и кинореклама; рекламно-насърчителни средства; рекламни опаковки и амбалаж; справочни издания и други рекламни средства. Смесена рекламна програма. Стратегии на смесената медийна програма. Критерии за избор на носители на рекламната. Разработка на смесена медийна програма. Директна реклама. Директната реклама като инструмент за комуникация. Значението на базата данни за директната реклама. Структура на базата данни - статут, икономическо положение, пазарен потенциал и т.н.

Приложна задача: Да се направи сравнителен анализ между смесена рекламна програма и директна реклама. Да се изтъкнат предимствата и недостатъците за конкретна дейност.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира етапите на рекламната кампания.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява основните канали и средства за реклама.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложната задача.	15
Анализира съвместните условия и определя съответно успеха или неуспеха от рекламната кампания.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 12. Управление на маркетинговия процес.

План тезис: Организация на маркетинговия отдел. Изграждане на маркетингова ориентация в цялото предприятие. Изпълнение на маркетинга. Оценка и контрол на маркетинговия процес. Контрол върху годишния план. Стратегическо планиране. Стратегическо планиране на ниво корпорация. Определяне на корпоративната задача; Установяване на стратегически бизнес звена; Планиране на нов бизнес и ограничаване на съществуващ бизнес. Стратегическо планиране на бизнеса. Главна цел на бизнеса; SWOT анализ; Формулиране на целта; Формулиране на стратегията; Формулиране на програмата; Обратна връзка и контрол.

Приложна задача: Да се обособят стратегически бизнес звена в една корпорация с конкретен предмет на дейност.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира понятията управление и контрол и конкретните им проявления в маркетинговата дейност.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява отделните дейности, свързани с управлението и контрола в маркетинговия отдел.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложната задача.	15
Анализира ролята на стратегическото планиране.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 13. Маркетингови комуникации.

План тезис: Система на информационни комуникации. Разгласа. Реклама. Промоция. Персонални продажби. Стимулиране на продажбите. Структура на комуникационната политика.

Приложна задача: Да се състави примерен план за стимулиране на личните продажби в избрана от вас организация.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира основните средства за маркетингова комуникация.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява механизмите за стимулиране продажбите.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложна задача.	15
Анализира отделните видове маркетингови комуникации.	15
Общ брой точ	60

ТЕМА 14. Международна валутна система.

План тезис: Същност, обхват, етапи и особености. Елементи на международната валутна система – валутни единици, валутни курсове, конвертируемост, кредитно-платежни средства, международни плащания. Форми на плащания. Акредитивна форма на плащания. Видове акредитиви. Валутно инкасо. Банков кредит.

Приложна задача: Да се направи сравнителен анализ между акредитивната форма на плащане, валутното инкасо и банковия кредит.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира същността, обхвата и етапите на международната валутна система.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява отделните елементи на международната валутна система.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложна задача.	15
Анализира различните форми на плащания.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 15. Платежен баланс.

План тезис: Същност и значение на платежния баланс. Структура на постъпления и плащания. Елементи на платежния баланс – постъпления и плащания, внос и износ, лихви и падежи. Активен и пасивен платежен баланс. Система на национално и международно регулиране на валутно-финансовите отношения. Средства и механизми на регулиране на валутно-финансовите отношения. Органи и системи за регулиране на валутните отношения и операции на отделните страни.

Приложна задача: Да се начертае структурата на постъпленията и плащанията.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира същността и значението на платежния баланс и на системата на национално и международно регулиране на валутно-финансовите отношения.	20
Разбира, сравнява, описва елементите на платежния баланс.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложна задача.	10
Анализира средствата и механизмите на регулиране на валутно-финансовите отношения.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 16. Външнотърговска сделка.

План тезис: Икономическа същност на външнотърговската сделка. Специфични особености на външнотърговската сделка. Подготовка на външнотърговската сделка. Сключване на външнотърговска сделка. Изпълнение на външнотърговска сделка. Икономически и транспортни условия. Правни условия. Предмет на външнотърговската сделка. Франкировка. Начини и форми на плащане, цена. Други условия по договора: опаковка, маркировка, транспорт, количествено и качествено приемане на стоката, форсмажор, неустойки, гаранции.

Приложна задача: Да се опишат последователно етапите по подготовката на външнотърговската сделка за конкретен продукт.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира икономическата същност и специфични особености на външнотърговската сделка, икономическите и транспортните условия, правните условия и предмета на външнотърговската сделка.	20
Разбира, сравнява, описва, обяснява подготовката, сключването и изпълнението на външнотърговската сделка.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложна задача.	10
Анализира всички условия по външнотърговската сделка.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 17. Международна дейност на фирмата.

План тезис: Международен маркетинг. Същност на международния маркетинг. Основни етапи по пътя на интернационализацията на маркетинг дейността на фирмата. Международен маркетинг в дейността на глобалните компании. Основни фактори, обуславящи значението и мащабите на интернационализацията на маркетинг дейността. Специфични аспекти и направления в развитието на международната маркетинг дейност. Методи за излизане на пазара. Косвен експорт. Пряк експорт. Съвместна предприемаческа дейност. Пряко инвестиране.

Приложна задача: Да се направи сравнителен анализ между четирите метода за излизане на пазара – косвен експорт, пряк експорт, съвместна предприемаческа дейност и пряко инвестиране.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира същността на международния маркетинг.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява основните етапи по пътя на интернационализацията на маркетинг дейността на фирмата, основните фактори, обуславящи значението и мащабите на интернационализацията на маркетинг дейността.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложна задача.	15
Анализира специфичните аспекти и направления в развитието на международната маркетинг дейност, методите за излизане на пазара.	15
Общ брой точки	60

ТЕМА 18. Посредническа дейност.

План тезис: Посредничество в международния бизнес и посреднически операции. Същност на посредническите операции. Фактори, влияещи върху развитието на посредническите операции. Операция по препродажбата. Комисионна операция. Консигнационна операция. Операция за търговско представителство. Икономическо съдържание на условията на комисионния договор и на договора за търговско представителство.

Приложна задача: Да се посочат основните реквизити на комисионния договор и договора за търговско представителство.

Специални дидактически материали не се изискват, но по решение на изпитната комисия могат да се приложат таблици, схеми, диаграми и текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
Дефинира и формулира посредничеството като понятие и ролята му в международния бизнес.	15
Разбира, сравнява, описва, обяснява факторите, влияещи върху развитието на посредническите операции.	15
Прилага изучения материал за решаване на приложна задача.	15
Анализира отделните посреднически операции.	15
Общ брой точки	60

2. Критерии за оценяване

Комисията по оценяване на изпита по теория на професията и специалността, назначена със заповед на директора на училището/ръководителя на обучаващата институция, определя за всеки критерий конкретни показатели, чрез които да се диференцира конкретният брой присъдени точки.

IV. ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ПРАКТИКА НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА

1. Указания за съдържанието на индивидуалните/екипните практически задания

Чрез държавния изпит по практика на професията и специалността се проверяват и оценяват професионалните умения и компетентности на обучаваните, отговарящи на **трета** степен на професионална квалификация.

Изпитът по практика на професията и специалността се състои в разработване и защита на **проект** (практическо задание) като индивидуална разработка или от екип до 3 ученици.

Темите за държавния изпит по практика на професията са в следните области:

- извършване на маркетингови проучвания за нов продукт или услуга;
- изготвяне на план за осъществяване на стратегическо и оперативно планиране в производствено предприятие;
- разработване на маркетингови концепции в търговско предприятие;
- разработване на маркетингови стратегии и маркетингов план;
- разработване на продуктова и иновационна политика на производствено предприятие;
- разработване на ценова политика на нов продукт на пазара;
- разработване на дистрибуционна политика на нов продукт или услуга;
- разработване на сервизна политика за конкретен продукт;
- разработване на рекламна политика;
- разработване на рекламна кампания;

- разработване на оценка и контрол на маркетинговия процес в предприятие;
- извършване на плащане с акредитив или валутно инкасо;
- разработване на план за постигане на активен платежен баланс;
- разработване и подготовка за сключване на външнотърговска сделка с конкретен продукт;
- извършване на сделки: косвен експорт; пряк експорт; съвместна предприемаческа дейност; пряко инвестиране;
- извършване на посредническите операции: операция по препродажбата; комисионна операция; консигнационна операция; операция за търговско представителство.

Индивидуалното изпитно задание съдържа пълното наименование на училището/обучаващата институция, празни редове за попълване имената на обучавания, квалификационната форма, началната дата и началния час на изпита, краен срок на изпита – дата и час, темата на индивидуалното практическо задание и изискванията към крайния резултат от изпълнението на заданието. По решение на комисията могат да се дадат допълнителни указания, които да подпомогнат обучавания при изпълнение на индивидуалното практическо задание.

Разработката на проекта трябва да има следното съдържание:

1. Увод. В увода се прави общо представяне на идеята на проекта и мотивацията на ученика/обучаемия за избора на темата на разработката.
2. Теоретична част (съдържа основни понятия, процеси, нормативни изисквания, процедури и др., на базата на които се разработва темата).
3. Практическа част (съдържа данни от направени проучвания, изготвени материали, попълнени документи и др., свързани с разработването на темата).
4. Заключение (съдържа обобщения и изводи относно практическото приложение и значение на представената разработка).
5. Ползвана литература: Посочват се източниците на информация и нормативните документи, които са свързани с темата.
6. Съдържание на разработката.

Индивидуалните/екипните практически задания се изготвят от комисията за провеждане и оценяване на изпита по практика на професията и специалността в училището/обучаващата институция. Броят на изготвените задания трябва да бъде поне с един повече от броя на явяващите се в деня на изпита. Всеки обучаван изтегля индивидуалното си практическо задание, в което веднага саморъчно написва трите си имена.

Бизнес-проектът следва да бъде предаден на изпитната комисия, назначена от директора на училището, 30 дни преди защитата.

2. Критерии за оценяване

За всяко индивидуално практическо задание комисията по провеждане и оценяване на изпита по практика на професията и специалността, назначена със заповед на директора на училището/ръководителя на обучаващата институция, разработва показатели по критериите, определени в таблицата.

Пример:

№	КРИТЕРИИ	ПОКАЗАТЕЛИ	Максимален брой точки
1.	Правилен подбор на материали, нормативни документи и формуляри на работна документация съобразно конкретното задание.	<ul style="list-style-type: none">- преценява типа и вида на необходимите материали и документи, необходими според изпитното задание;- правилно подбира количеството и качеството на необходимите материали и документи;- правилно търси, подбира, обработва, анализира и оценява информацията, свързана с изпитното задание.	10
2.	Спазване на технологичната и логичната последователност на стопанските операции (административни, търговски, финансови и др.) според практическото изпитно задание.	<p>самостоятелно определя последователността на стопанските операции.</p> <ul style="list-style-type: none">- спазва технологичната последователност на стопанските операции в процеса на работа в съответствие с нормативните изисквания.	10
3.	Качество на изпълнението на практическото изпитно задание.	<ul style="list-style-type: none">- самостоятелно извършва дейности, свързани с изпълнението на изпитното задание;- правилно планира и анализира работата си по изпълнение на изпитното задание- класифицира факти, явления и процеси при изпълнение на изпитното задание;- правилно съставяне и попълване на материали и документи, свързани с изпълнението на изпитното задание;-познава и прилага нормативната уредба и спазва нормативните изисквания при извършване на стопански операции.	20
4.	Работа с офис-техника. Ползва информационната техника и технологии.	<ul style="list-style-type: none">- умее да работи с компютър;- умее да работи с офис-техника (компютри, принтери, техника за рязане на хартия, перфориращи машини и др.), свързани с изпълнението на изпитното задание;- прилага правилата за работа с компютър и офис-техника;- умее да работи с програмни продукти;- ползва нови информационни технологии.	10
5.	Изчерпателност на разработката. Защита на изработения проект.	<ul style="list-style-type: none">- точно и пълно изпълнение на практическото задание;- изготвените материали и документи съответстват на изискванията на практическото задание;- изпълнява и отчита свършената работа по задачата в поставения срок.	10
		Общ брой точки	60

V. СИСТЕМА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Максималният брой точки за всяка изпитна тема или за всяко изпитно задание е 60. Неправилният отговор се оценява с 0 точки. Непълният отговор се оценява с част от точките за верен и пълен отговор.

Преминаването от точки в цифрова оценка съгласно чл. 7, ал. 4 от Наредба № 3 от 2003 г. за системата на оценяване се извършва по следната формула:

Цифрова оценка = общият брой точки от всички критерии : 10

Получената цифрова оценка се изчислява с точност до 0,01.

Оценяването на писмените работи от държавния изпит по теория е в съответствие с чл. 46 от Наредба № 3 от 2003 г. за системата на оценяване.

Изпълнението на практическото задание от държавния изпит по практика се оценява в съответствие с чл. 48 от Наредба № 3 от 2003 г. за системата на оценяване.

VI. ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Даскалов, П., Масларов, С. Външна търговия. Princeps, 2000.
2. Доганов, Д., Младенов, З., Панова, Р. Маркетинг. Тестове и задачи. Речник. Дионис, София, 2007.
4. Котлър, Ф., Управление на маркетинга. Класика и стил, 2002.
3. Младенов, З., Панев, С. Маркетинг, Наука и изкуство. София, 1992.

VII. АВТОР

Ана Божанова – Национална търговско-банкова гимназия, София

.....
(пълно наименование на училището/обучаващата институция)

**ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ТЕОРИЯ НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА
ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИЯ**

по професията 342010 Маркетолог

специалността 3420101 Маркетинг

Изпитен билет № 14

Изпитна тема: Международна валутна система

План-тезис: Същност, обхват, етапи и особености. Елементи на международната валутна система – валутни единици, валутни курсове, конвертируемост, кредитно-платежни средства, международни плащания. Форми на плащания. Акредитивна форма на плащане. Видове акредитиви. Валутно инкасо. Банков кредит.

Приложна задача:

Да се направи сравнителен анализ между акредитивната форма на плащане, валутното инкасо и банковия кредит.

Описание на дидактическите материали:.....

Председател на изпитната комисия:.....

(име, фамилия)

(подпис)

Директор/Ръководител на обучаващата институция:.....

(име, фамилия)

(подпис)

(печат на училището/обучаващата институция)

.....
(пълно наименование на училището/обучаващата институция)

**ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ПРАКТИКА НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА
ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИЯ**

по професията 342010 Маркетолог

специалността 3420101 Маркетинг

Индивидуално практическо задание №.....

На ученика/обучавания
(трите имена на ученика/обучавания)

отклас/курс,

начална дата на изпита: начален час:

крайна дата на изпита: час на приключване на изпита:.....

1. Да се подготви извършването на външнотърговска сделка с минерална вода.
2. Указания (инструкции/изисквания) за изпълнение на практическото задание:
 - да се потърси информация в интернет;
 - да се определят специфичните особености на конкретната сделка;
 - да се уточнят икономическите и транспортните условия;
 - да се уточнят правните условия;
 - да се изберат франкировка и начин на плащане;
 - да се определи и обоснове цената;
 - да се аргументират другите условия по договора – опаковка, маркировка, транспорт, количествено и качествено приемане на стоката, форсмажор, неустойки, гаранции;
 - текстовата част да се разработи на компютър и да се представи на листа формат А4.

УЧЕНИК/ОБУЧАВАН:
(име, фамилия) (подпис)

Председател на изпитната комисия:.....
(име, фамилия) (подпис)

Директор/Ръководител на обучаващата институция:.....
(име, фамилия) (подпис)
(печат на училището/обучаващата институция)